|  |
| --- |
| Санкт-Петербургский государственный университет |
| Проект “ModusAgendi” |
| Конкурс «Масс-Медиа Перспектива 2017» |
|  |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| Санкт-Петербург  2017 |

Авторы проекта:

Студентки 1 курса магистратуры

Факультета Политологии СПбГУ

Борисова Оксана

Отрешко Марика

**Оглавление**

1. Аннотация проекта……………………………………………………………2
2. Актуальность проекта………………………………………………………3-6
   1. Цель проекта……………………………………………………………….5
   2. Задачи проекта………………………………………………………..…5-6
3. Целевая аудитория……………………………………………………….....6-7
4. PR-кампания проекта “ModusAgendi”…………………………………….7-8
5. Продукты проекта………………………………………………………....8-13
   1. Социальная реклама…………………………………………………...8-10
   2. Бот - «Метида»………………………………………………………..10-13
6. Запуск проекта “ModusAgendi”………………………………………....13-14
7. Конкретные ожидаемые результаты проекта……………………………...14
8. Бюджет……………………………………………………………………14-17
9. Приложения………………………………………………………………18-20

**Аннотация проекта**

Сегодня Интернет – коммуникация очень популярна среди молодёжи. По данным результатов исследования ВЦИОМ за 2013 год более 53 % молодежи от 18 до 24 лет подвержены Интернет-зависимости, социальные сети у них отнимают много времени. В Интернете и в социальных сетях молодые люди сталкиваются с многочисленной информацией и не всегда способны ее самостоятельно анализировать (с точки зрения вреда или пользы). Интернет-зависимость, различные виды кибер-агрессии оказывают деструктивное воздействие на молодёжь. Наш проект «ModusAgendi» (от лат. «образ действия») создан для преодоления негативного влияния Интернета на молодое поколение и позволяет обеспечить безопасное и ответственное поведение в сети Интернет.

Целью нашего проекта является формирование у молодежи стратегии ответственного поведения в социальных сетях, содействие в выработке активной позиции в получении знаний и умений для обеспечения безопасности в сети Интернет.

В концепции нашего проекта мы создали плакаты социальной рекламы, целью которой является разработка профилактических мер Интернет-зависимости и формирование безопасного поведения в социальных сетях. Также нами представлена идея создания онлайн-бота - виртуального помощника, способного влиять на формирование стратегии поведения в рамках интернет – коммуникации в социальной сети.

Реализация проекта «ModusAgendi» станет хорошим стартом для регулярного взаимодействия различных групп молодежи с органами государственной власти в области формирования активного образа жизни, ответственной гражданской позиции, ответственного поведения в сети Интернет.

**Актуальность проекта**

Интернет – Рунет в России - есть виртуальное пространство, которое является одним из полезных, *но в то же время опасных достижений информационных технологий*. Интернет - коммуникация отличается от непосредственной «живой» новыми закономерностями, нормами виртуального общения, которые вызывают новые психологические процессы у пользователей, соответственно, новые формы мышления. Новая реальность, обусловленная интернет-коммуникацией, пользуется огромным доверием со стороны живого человека – базы данных, документы особой важности, фото,- видеоматериалы как частных лиц, так и крупных организаций выгружаются в Интернет несмотря на то, что *информационную безопасность с высоким уровнем конфиденциальности создать невозможно*. В то же время *«Всемирная паутина» широко используется манипуляторами* с целью корректировки массового сознания относительно конкретных убеждений, ценностных ориентаций с помощью первичного воздействия на эмоции. Таким образом, в современном обществе Интернет - коммуникация, её закономерности оказывают все большее воздействие на формирование сознания, поведения человека.

Интерпретация происходящих в стране и мире событий, явлений происходит через социальные сети, блогосферу и иные интернет-ресурсы. Количество интернет-пользователей неуклонно растет, большую популярность набирают сайты, где пользователи взаимодействуют друг другом, речь идет о социальных сетях. Надо отметить, что Интернет – коммуникация очень популярна среди молодёжи. По данным результатов исследования ВЦИОМ за 2013 год более 53 % молодежи от 18 до 24 лет подвержены интернет-зависимости, социальные сети у них отнимают много времени. ***В Интернете и в социальных сетях молодые люди сталкиваются с многочисленной информацией и не всегда способны ее самостоятельно анализировать (с точки зрения вреда или пользы).***

С каждым годом по статистике Роскомнадзора растет количество сайтов, внесенных в реестр запрещенных, распространение которых также может повлечь за собой административную и уголовную ответственность. К запрещенной и опасной на таких сайтах относится информация, имеющая следующее содержание:

- пропаганда социальной, расовой, национальной, религиозной ненависти, вражды и превосходства;

-пропаганда и оправдание терроризма, насилия;

- оскорбление чести, достоинства и деловой репутации;

- распространение порнографии;

- распространение и пропаганда наркотических веществ;

- информация, пропагандирующая суицид и иное деструктивное поведение;

- интернет-мошенничество

К сожалению, молодые люди нередко пользуются запрещённым контентом, содержание которых оказывает негативное влияние на сознание, поведение, действия человека. Также в интернете молодым людям приходится сталкиваться с такими проявлениями кибер-агрессии, как «троллинг» и «астротурфинг». Троллингом называют публикацию провокационных сообщений, обычно с оскорбительным содержанием, чтобы вызвать конфликт. Автор В.А.Внебрачных называет троллинг процессом «*размещения на виртуальных коммуникативных ресурсах провокационных сообщений с целью нагнетания конфликтов посредством нарушения правил этического кодекса Интернет-взаимодействия*». Троллинг является агрессивной коммуникацией и не может позитивно сказываться на воздействие молодой аудитории, провоцируя ссоры, конфликты.

Также наиболее распространенная форма агрессии в Интернет-пространстве - это астротурфинг (astroturfing). Астротурфингом называют формирование общественного мнения, создание видимости общественной поддержки той или иной позиции с помощью *астротерфинговых операций* (т.е. поддельных кампаний с использованием современного программного обеспечения для вытеснения реальных людей на веб-форумах через создание ботов).

Астротурфинг осуществляется через такие инструменты, как:

1. Формирование групп, функцией которых является активное размещение сообщений в чатах, блогах, социальных сетях для высмеивания определенных позиций, идей.

2. Распространение идей, мнений, обозначенных заказчиком с помощью фейковых аккаунтов, ботов (массовое комментирование публикаций, постов в интернете)

3. Техническая накрутка просмотров, «лайков», комментариев для поднятия публикации или страницы пользователя в рейтинге.

Цели астротурфинга могут быть самыми различными, но, как правило, астротурфинг используют для формирования определенного общественного мнения, с помощью инструментов для манипулирования сознанием.

Интернет-зависимость, различные виды кибер-агрессии оказывают деструктивное воздействие на молодёжь. ***Для преодоления негативного влияния Интернета на молодое поколение необходимо разработать проект, позволяющий обеспечить безопасное и ответственное поведение в сети Интернет.***

**Цель проекта:** сформировать у молодежи стратегию ответственного поведения в социальных сетях; содействие в выработке активной позиции в получении знаний и умений для обеспечения безопасности в сети Интернет.

**Задачи:**

**-** разработать концепцию социальной рекламы, посвященной безопасному и ответственному поведению в сети Интернет, профилактике от интернет-зависимости;

- разработать программу бота - виртуального помощника в соц.сети ВКонтакте, способного влиять на формирование стратегии поведения в рамках интернет – коммуникации;

- провести сопровождающую проект PR-кампанию для продвижения продуктов проекта (создание групп в социальных сетях, взаимодействие с образовательными учреждениями и органами гос.власти)

**Целевая аудитория**

Молодежь в возрасте 18-24 лет

Анализ коммуникационных предпочтений молодёжи от 18 до 24 лет (по данным ФОМ на 26.09.2016. <http://fom.ru/posts/12873>):

1. Телевидение
2. Информационные, новостные сайты в интернете
3. Социальные сети, форумы, блоги в интернете

Отношение целевой аудитории (18-24 года) к интернету и социальным сетям (по данным ФОМ на 27.01.2016 <http://fom.ru/posts/12494>):

1. 88% опрошенных считает, что в целом изобретение интернета принесло больше хорошего;
2. В основном молодёжь использует интернет для общения (73%), для образования, расширения кругозора, развития своего ума (57%) и для развлечений (расслабиться, отдохнуть, приятно провести время, 43%)
3. На момент опроса за последний месяц молодым людям приходилось больше всего искать информацию (78%), общаться в соц. сетях (74%),

Актуальный образ в общественном сознании по данным ФОМ на 27.01.2016 <http://fom.ru/posts/12494>:

1. 87% опрошенных считает, что в целом изобретение интернета принесло больше хорошего, а именно много полезной и общедоступной информации (60%), широкие возможности общения между людьми (31%), развлечение, новые формы проведения досуга (8%)
2. Что плохого принесло изобретение интернета: много ненужной, вредной информации, ее доступность (23%), появление интернет-зависимости, чрезмерная трата времени на интернет (19%), отрицательное влияние интернета на детей (доступ к вредной информации, интернет-зависимость, ограничение прямого общения и др., 12%)

**PR-кампания проекта “ModusAgendi”**

Информационное сопровождение деятельности проекта: ***создание группы проекта в социальной сети «Вконтакте»***

Группа будет активно действовать на протяжении всей коммуникационной кампании проекта, обновляться материалами.

Целевые группы:

*Вконтакте:* активные молодые люди в возрасте от 18-24 как самые активные пользователи соц. сетей

Цели создания:

* Информирование целевых аудиторий о проекте
* Осуществление обратной связи с целевыми аудиториями

Контент группы:

1. Тип контента - полезный, интерактивный
2. Содержание контента:

* инструкции по работе с чат-ботом, информация о предназначении чат-бота, об особенностях функционирования чат-бота
* образовательная информация о профилактике интернет-зависимости и о поведении в соц. сетях (интервью, статьи, книги, практические кейсы), о законодательстве РФ в области информационного регулирования, ссылки на образовательные сайты
* информирование о различных образовательных мероприятиях (курсы, круглые столы, семинары, конференции и др.), посвящённых интернет - безопасности, интернет-зависимости, поведению в социальных интернет - сетях
* интерактивная составляющая: социологические опросы, специальные темы – открытые обсуждения
* конкурсы

Все посты будут сопровождаться главным хештэгом группы #modusagendi2017 и вспомогательными хештэгами #metidaBot #интернетбезопасность и др.

**Продукты проекта**

1. **Создание социальной рекламы.**

**Цель социальной рекламы:** разработка профилактических мер Интернет-зависимости и формирование безопасного поведения в социальных сетях.

**Вид социальной рекламы:**

* **По содержанию:** Ценностный (вид сoциaльнoй рeклaмы, нaпрaвлeнный нa привлeчeниe внимaния, внeдрeниe и рaспрoстрaнeниe в oбщeствe кaких-либo нeмaтeриaльных цeннoстeй, взглядoв или yбeждeний).
* **По характеру воздействия:** призывающая ( сoциaльнaя рeклaмa, кaк пoнятнo из нaзвaния, сoдeржит в сeбe чёткий призыв к дeйствию)
* **По формату:** визуально-графическая (бaннeры, плaкaты, пoстeры, aфиши и тoмy пoдoбныe нoситeли)

Примеры социальной рекламы:

1. **Плакат «Живое общение - лучше сообщения»** (Приложение № 1). Социальная реклама напоминает, что несмотря на то, что мы живем в современном мире Интернет-технологий, необходимо и крайне важно живое общение, которое всегда ценится гораздо больше, чем виртуальное.
2. **Плакат «Жизнь интересна в реальности - не потеряй себя в виртуальности** (Приложение № 2). Социальная реклама призывает жить в реальности - заниматься спором, гулять с друзьями, общаться, посещать различные мероприятия, словом, вести активный образ жизни.
3. **Плакат « Будь в ответе за то, что пишешь в Интернете! За распространение экстремизма в Интернете до 5 лет лишения свободы»** (Приложение № 3) - социальная реклама направлена на формирование ответственности за публикации в социальных сетях, Интернете, а также для предупреждения аудитория о возможных последствиях публикациях в социальных сетях. По [данным](http://www.sova-center.ru/racism-xenophobia/publications/2016/06/d34913/#_ftnref14) центра «Сова», который занимается мониторингом применения антиэкстремистского законодательства в России, только в 2015 году за посты и репосты во «ВКонтакте» к уголовной ответственности привлекли 119 человек и количество осужденных по уголовным и административных статьям за публикации в социальных сетях растет. Цель данного плаката обезопасить молодежь от непродуманных публикаций в Интернете и также призвать проверять публикуемый контент от своего имени.

**Место размещения социальной рекламы:**

* Общественный транспорт (троллейбусы, метро, автобусы)
* Размещение на рекламных щитах в городе
* Реклама в Интернете - таргетированная реклама в социальных сетях (Вконтакте, Facebook, Instagram)

**GR, взаимодействие с органами государственной власти в ходе размещения социальной рекламы:**

Комитет по печати и взаимодействию со СМИ Администрации г.Санкт-Петербурга

1. **Виртуальный помощник в соц. сети ВКонтакте «Метида»** (богиня мудрости; дословно —    «разум», «мысль», «благоразумие»)

***Ключевые слова:*** информационные системы, интеллектуальный интерфейс, когнитивные технологии, виртуальный помощник, онлайн-бот

Объект: онлайн-бот

Предмет: механизм онлайн-бота

Цель: внедрить в информационную платформу социальной сети механизм онлайн-бота - виртуального помощника, способного влиять на формирование стратегии поведения в рамках интернет – коммуникации

Задачи по разработке:

1. Создание облачного сервиса (через веб-интерфейс) из открытых данных социальной сети, его автоматическое пополнение (с помощью технологии блокчейн)
2. Создание когнитивной системы, которая через инновационные способы обработки (многоконвейерная архитектура, наборы инструкций) автоматически анализирует данные облачного сервиса, вырабатывает на их основе логические заключения, прогнозы
3. Создание механизма, считывающего информацию со страниц (автоматический контент - или дискурс - анализ), с помощью которого бот сможет на основе данных из облачного сервиса, переработанных через когнитивную систему, дать оценку информации/сделать поверхностный анализ текста (в качестве примера можно привести новый сервис аналитики текста «Тургенев» лаборатории «Ашманов и партнёры», который выявляет переспамленность, выделяет стоп-слова) /дать краткий аргументированный совет по (не)использованию считываемой информации
4. Создание механизма обратной связи (вопросно-ответная форма) для виртуальных консультаций с инфо-ботом (приближение к естественному интеллекту)
5. Создание самого инфо-бота, который будет являться виджетом и отображаться либо в виде диалогового окна, либо в иной форме

***Функции инфо-бота «Метида»***:

1. Аналитическая
2. Воспитательная (с помощью анализа и оценки информации со страницы паблика/группы/профиля бот отмечает положительные/отрицательные положения из текста, акцентирует внимание на морально-ценностном значении контента с помощью выделения отдельных слов, словосочетаний, устойчивых фраз с возможностью краткой расшифровки)
3. Предупредительная (с помощью анализа и оценки информации со страницы паблика/группы/профиля бот предупреждает об опасном/запрещённом/сомнительном содержании контента)
4. Вспомогательная (совет на основе проанализированной информации, вопрос-ответ)

Анализ текста задаётся по таким параметрам как:

* «Название группы или паблика/ имя профиля»
* «Информация»
* «Закреплённая запись»
* первые 4 записи на странице

Тематика анализа (в облачном сервисе создаются тематические блоки, которые обрабатываются когнитивной системой):

* Политика
* Экономика
* Культура
* Продажи
* Социальная сфера (образование, здравоохранение)
* И т.д.

Анализ по видам контента:

1. Развлекательный контент:

* Юмор
* Мемы
* Цитаты
* Развлекательные подборки
* Загадки(головоломки)
* Поздравления
* Истории, притчи, рассказы, стихи, проза
* Визуально красивые качественные фото(подборки), альбомы
* Музыка
* И т.д.

2. Полезный контент:

* Обучающие статьи, видео, подкасты
* Интервью с лидерами мнений
* Полезная инфографика
* Инструкции (видео, статьи, pdf-файлы)
* FAQ
* Книги(электронные, аудио)
* Записи вебинаров, тренингов, семинаров и т.д.
* Научные статьи
* Разбор типичных ошибок
* Развенчание мифов
* И т.д.

3. Новостной контент

4. Интерактивный контент:

* Опросы
* Обсуждения
* Советы друг другу
* Чат

5. Коммерческий контент:

* Фото товаров с описаниями и ценами
* Акции
* Конкурсы
* Новинки товаров
* О компании, доставке, оплате

***Последние разработки в айти-сфере:***

1. Программная платформа ParlAI (Facebook)- виртуальный помощник
2. Ρ-БОТ (Росиия)- виртуальный обучаемый собеседник
3. Роботы – инфы – это виртуальные консультанты на базе платформы eCommerce Inf.net (компания «Наносемантика»)
4. Когнитивные технологии IBM Watson, Google Now и Siri, технологии компании Cognitive Technologies, ВИНИТИ РАН
5. Сервис аналитики текста «Тургенев» (Ашманов и партнёры)
6. Puzzle Parser- сервис аналитики на базе нейросетей (Ашманов и партнёры)

**Запуск проекта “ModusAgendi”**

5 месяцев на подготовку и запуск проекта

Этапы:

1. Создание группы ВКонтакте в течение 1 месяца (наполнение начального контента, система администрирования, набор участников группы - сторонников проекта)
2. Создание, оформление, печать баннеров в течение 1, 5 месяцев
3. Создание чат-бота в течение 4-5 месяцев (с учётом постоянного тестирования наработок): разработка программного обеспечения, создание облачного сервиса, создание когнитивной системы, создание механизма обратной связи, создание виджета
4. Запуск пилотного проекта – в конце 5 месяца

**Конкретные ожидаемые результаты проекта**

Основными продуктами в результате реализации проекта станут социальная реклама, посвященная безопасному и ответственному поведению в сети Интернет, профилактике от Интернет-зависимости, а также программа - бот виртуальный помощник в соц.сети ВКонтакте, способная влиять на формирование стратегии поведения в рамках интернет – коммуникации.

С целью выявления эффективности проведенной PR- кампании в рамках проекта будет проведен опрос молодежи (целевая группа проекта) об информированности о данном проекте (внимание молодёжи на социальной рекламе и рекламе в Интернете, а также на работе бота-помощника).

Реализация проекта станет хорошим стартом для регулярного взаимодействия различных групп молодежи с органами государственной власти в области формирования активного образа жизни, ответственной гражданской позиции. Заложенная основа и реализованные механизмы проекта обеспечат дальнейшее развитие проекта в виде:

* формирования гражданской грамотности в интернет-коммуникациях, развития ответственного поведения в сети Интернет у молодежи;
* разработки и продвижения различных проектов в целях профилактики Интернет-зависимости у молодежи

**Бюджет проекта**

| **Статья расходов** | **Цена за единицу (в руб.)** | **Кол-во** | **Стоимость (в руб.)** |
| --- | --- | --- | --- |
| **Услуги типографии (печать баннеров для рекламных щитов(наружная реклама))** | 4860 | 3 | 14580 |
| **Услуги типографии (печать баннеров для рекламы на подземном и наземном транспорте)** | 350 | 12 | 4200 |
| **Размещение рекламы на билбордах 6х3 в городе (Центральный район)** | 25000 | 3 | 75000 |
| **Размещение рекламы в наземном и подземном транспорте (Постер в простенке А3)** | 5300 | 12 | 63600 |
| **Создание бота** | 200 000 | 1 | 200000 |
| **Администрирование Интернет-бота** | 50 000 | 1 | 50000 |
| **Итого:** |  |  | **407380 р.** |

Исходя из приведенных выше данных общая стоимость проекта составляет 407380 р. Однако, учитывая социальную актуальность проекта, весь проект будет целесообразно осуществить в сотрудничестве с Комитетом по печати и взаимодействию со СМИ Администрации Санкт-Петербурга, который предоставит возможность бесплатного размещения социальной рекламы на различных площадках, баннерах города, а также с Комитетом по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями и с Комитетом по вопросам законности, правопорядка и безопасности. Создание Интернет-бота также будет осуществляться в сотрудничестве с Университетом ИТМО Факультет информационных технологий и программирования, кафедра высокопроизводительных вычислений, Программа «КОГНИТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И КВАНТОВЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ» (по направлению 09.04.02 Информационные системы и технологии) и с Факультетом прикладной математики-процессов управления СПбГУ. Эффективное сотрудничество и взаимовыгодное взаимодействие с органами государственной власти, с университетами, в частности, со студентами, как ожидается, снизят стоимость проекта.

**Приложение 1**

****

**Приложение 2**

****

**Приложение 3**

****